

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah Negara yang memiliki jumlah pemeluk Islam terbesar di dunia, penduduknya menganut agama Islam terbesar di dunia, bahkan jauh melebihi negara-negara Arab yang memiliki jumlah pemeluk Islam terbesar di dunia seperti Arab Saudi, Iran, dan Irak. Populasi Muslim di Indonesia merupakan pasar yang sangat menjanjikan bagi produsen kosmetik (Syahputra & Hamoraon, 2014). Perkembangan gaya hidup yang modern dan berkembangnya nilai-nilai keislaman dapat di lihat dari berbagai fenomena, seperti masyarakat yang kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan digunakan atau dikonsumsi (Sahir, Ramadhani, & Tarigan, 2016). Dibandingkan dengan produk yang telah di sertifikasi halal oleh lembaga yang tidak berwenang, konsumen Islam lebih memilih produk yang telah disertifikasi halal. Berkat pemahaman agama produsen yang baik tentang sertifikat halal produknya, konsumen muslim sadar akan penggunaan produk halal.

Hal ini akan meningkatkan jumlah konsumen yang khawatir dengan sertifikat label halal pada produk yang mereka beli, karena banyak konsumen saat ini yang memilih produk sebelum mengambil keputusan pembelian (Hayet, 2019). Beragam jenis produk halal yang dipakai konsumen salah satunya yaitu kosmetik. Kosmetik halal adalah produk yang digunakan untuk menambah daya tarik, melindungi dan memperbaiki bagian luar tubuh yang tidak termasuk dalam

kategori obat-obatan karena tidak mengandung bahan yang di larang. Di Indonesia kosmetik halal di uji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia atau yang disebut LPPOM MUI. Kosmetik yang lolos uji halal akan mendapatkan sertifikat halal dan memungkinkan label halal dibubuhkan pada produknya (Sahir, Ramadhani, & Tarigan, 2016). Hal inilah yang menjadi penyebab pesatnya pertumbuhan industri kosmetik saat ini. Di antaranya, industri kosmetik merupakan salah satu keberhasilan penguasaan pasar Indonesia di pasar domestik (Puspitasari, 2019). Selain itu juga terdapat kosmetik haram, haram tersebut ialah kosmetik yang sumber bahan dasarnya bersumber dari bagian hewan atau organ manusia. Jika berasal dari bagian tubuh babi atau manusia, maka jelas produk tersebut dinyatakan haram. Karena menurut fatwa MUI No.2/Munas VI/MUI/2000 dilarang menggunakan kosmetik yang mengandung atau berasal dari bagian tubuh manusia. Sekalipun berasal dari hewan dan bukan babi, jika hewan tersebut tidak disembelih menurut syariat islam, maka dinyatakan haram (Muchtaridi, 2017).

Perkembangannya yang pesat di pengaruhi oleh pengguna kosmetik yang sebagian besar adalah wanita (Rohmatun & Dewi, 2017). Ada beberapa jenis produk dalam kosmetik dan produknya sangat beragam, mulai dari kosmetik rambut dan kulit hingga kosmetik kuku (Donasagita, 2019). Banyaknya kosmetik yang dijual dipasaran, salah satunya kosmetik yang sering dipergunakan para konsumen adalah cat kuku. Cat kuku adalah pernis yang di aplikasikan pada kuku tangan atau kuku kaki manusia untuk menghias, mempercantik dan melindungi lempeng kuku. Formula cat kuku telah di perbarui berulang kali untuk

meningkatkan efek dekoratif dan mengurangi risiko retak atau terkelupas. Cat kuku dibuat dengan mencampur polimer organik dengan berbagai zat aditif (toedt, koza, & toedt, 2005). Berbagai kuteks ditawarkan pada konsumen, dan berbagai merk, jenis serta warna. Mayoritas perempuan lebih memilih kuteks (cat kuku) karena warnanya yang menarik. Cat kuku yang membungkus kuku biasanya bersifat anti air dan tidak dapat digunakan untuk berwudhu. Wanita muslimah hanya memakai cat kuku pada saat menstruasi, dengan inovasi terbaru yaitu kuteks “wudhu-friendly” yang dapat digunakan setiap harinya, di karenakan kuteks halal terbuat dari polimer istimewa yang dapat menembus udara dan memiliki pori-pori yang dapat menembus air, sehingga pada saat wudhu air masuk ke pori pori kuteks tersebut (Donasagita, 2019).

Sehingga sebagian besar muslimah tetap bisa mengikuti model kuku pada jaman sekarang, banyak yang tidak menyadari akan hadirnya inovasi kuteks halal, karena belum begitu banyak kuteks halal dipasaran (Donasagita, 2019). Selain itu salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsi produk halal adalah persepsi mereka tentang kehalalan itu sendiri (Rohmatun & Dewi, 2017). Menurut (Rohmatun & Dewi, 2017) mengkonsumsi produk halal untuk kaum muslim sebenarnya tergantung pada pengetahuan mereka tentang produk halal tersebut. Pentingnya pengetahuan sangat membantu dalam memahami apakah calon konsumen meahami produk yang akan dibelinya, apakah produk tersebut benar-benar halal, dan apakah konsumen memahami tempat membeli produk tersebut (Tri, 2014 dalam Rochmanto, 2014). Agama adalah jalan hidup setiap orang. Selain itu, sebelum

mengonsumsi suatu produk, umat Islam akan terlebih dahulu mempertimbangkan apakah produk tersebut halal atau haram (Rohmatun & Dewi, 2017). Konsep halal sudah banyak dikenal dan di terapkan dalam kehidupan masyarakat khususnya umat Islam (Alim, Mawardi, & Bafadhal, 2018). Halal ini di peruntukkan bagi segala sesuatu yang baik dan bersih Allah SWT telah menegaskan dalam QS. Al-Maidah/5: 3.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ

Terjemahnya :

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah (RI, 2010).

Menurut ayat di atas, kata “makan” tidak hanya mengacu pada makan dengan mulut, tetapi makan juga dapat merujuk pada penggunaan daging babi olahan untuk berbagai keperluan (Alim, Mawardi, & Bafadhal, 2018). Religiusitas yaitu kondisi seseorang yang memaksa untuk bertindak sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama. Muslim harus selalu mengonsumsi produk halal. Sesuai dengan besarnya pengaruh batin setiap orang, peraturan ini menghasilkan sikap yang berbeda-beda dari setiap orang (Rohmatun & Dewi, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *label halal* kuteks pada konsumen?

2. Apakah *kualitas produk* berpengaruh terhadap *label halal* kuteks pada konsumen?
3. Apakah *religious belief* berpengaruh terhadap *label halal* kuteks pada konsumen?
4. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *label halal* kuteks pada konsumen?
5. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* kuteks pada konsumen?
6. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* kuteks pada konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis seberapa berpengaruhnya kualitas produk?
2. Untuk menganalisis seberapa berpengaruhnya brand image ?
3. Untuk menganalisis seberapa berpengaruhnya keyakinan agama dalam keputusan pembelian kuteks halal ?
4. Untuk mengetahui kepercayaan konsumen dalam minat membeli produk kuteks halal?
5. Variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian kosmetik kuteks halal?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh dari tugas akhir ini diharapkan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a. Memberikan kontribusi dalam membantu perkembangan pelaku bisnis islam
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perilaku konsumen khususnya muslim dalam pembelian kuteks halal.

2. Bagi Pelaku Bisnis Islam

- a. Membantu pelaku bisnis islam untuk lebih memahami perilaku konsumen muslim untuk meningkatkan bisnis islam.

3. Bagi Akademisi

- a. Memberikan gambaran dan pengetahuan tentang kuteks halal serta perilaku konsumen muslim dalam melakukan aktivitas belanja, serta referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.
- b. Memberikan pengetahuan tentang peluang dan potensi yang ada, khususnya halal lifestyle.

1.5 Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yaitu :

- 1. Objek Penelitian : Penelitian ini berfokus pada keputusan pembelian produk kosmetik kuteks halal, untuk mengetahui pengaruh brand image, kualitas produk, religius belief, dan trust terhadap produk kosmetik kuteks halal.

2. Subjek Penelitian : Penelitian ini ditunjukkan kepada masyarakat umum, baik dari kalangan pelajar, mahasiswi atau ibu rumah tangga yang memakai produk kosmetik kuteks halal.